

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembang pesatnya kemajuan yang telah terjadi pada dunia industri yang menuntut setiap perusahaan untuk berlomba-lomba memenuhi permintaan konsumen agar mendapatkan kepercayaan oleh konsumen agar kepuasan pelanggan terjamin.. Agar dapat menjaga kualitas layanan yang ditawarkan kepada pelanggan, perusahaan harus dapat mengidentifikasi pemasok produk yang dapat memberikan kebutuhan secara konsisten dan dapat diandalkan. Salah satu pengambilan keputusan terpenting dalam suatu perusahaan adalah pemilihan pemasok (supplier). Menurut Marina Uli Hasiani et al., (2021) Pemasok merupakan suatu perusahaan atau individu yang mampu untuk menyediakan sumber daya, baik dalam bentuk barang atau jasa yang dibutuhkan oleh perusahaan lainnya.

Rantai pasokan adalah serangkaian kegiatan yang berhubungan dengan pergerakan produk atau jasa dari pemasok hingga ke konsumen akhir, melalui serangkaian tahapan seperti pengadaan bahan baku, produksi, pergudangan, transportasi dan distribusi. Persaingan bisnis yang sangat ketat menuntut perusahaan untuk menyusun kembali strategi untuk melakukan inovasi pada bisnisnya sehari-hari. Dengan semakin ketatnya persaingan dalam industri, perusahaan harus memahami pentingnya memilih pemasok yang dapat memenuhi kebutuhan perusahaan berdasarkan kualitas yang dibutuhkan dan waktu yang diberikan. Peran penting supplier sebagai pemasok membuat setiap perusahaan

harus melakukan evaluasi terhadap supplier yang dimiliki perusahaan (Armanegara et al., 2023).

Supplier sebagai pemasok membuat setiap perusahaan harus melakukan evaluasi terhadap supplier yang dimiliki perusahaan. Menurut Rivaldi et al., (2023) besarnya pengaruh dari pemasok (supplier) ini menyebabkan pentingnya ketelitian dalam menentukan metode yang sesuai untuk penilaian pemasok bagi perusahaan. Namun, sayangnya masih ada perusahaan yang belum menggunakan metode pemilihan supplier yang efektif dan akurat. Sejauh ini, perusahaan hanya memilih supplier berdasarkan kebutuhan tanpa menerapkan cara yang benar dan efektif, sehingga tidak memperhatikan aspek lainnya seperti aspek kualitas, pertanggungjawaban dalam pengiriman, dan lainnya (Arifin & Vikaliana, 2024).

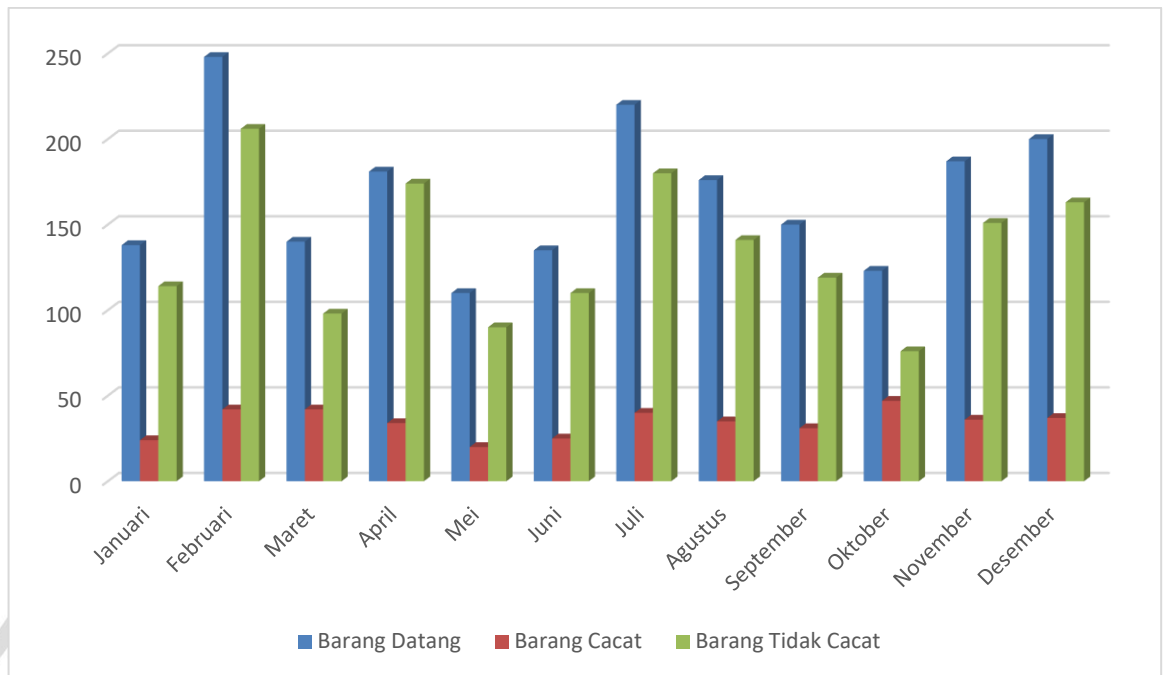
Supplier bisnis yang harus dipilih oleh perusahaan dimana masing-masing supplier tersebut memiliki standar dan prosedur sendiri. Pemilihan supplier yang tepat memiliki dampak langsung pada pengurangan biaya pembelian dan peningkatan daya saing perusahaan, sehingga memilih pemasok merupakan keputusan yang harus dipertimbangkan dengan matang oleh perusahaan. Supplier adalah mitra bisnis yang sangat penting dalam memastikan perusahaan memiliki akses ke pasokan dan sumber daya yang dibutuhkannya (Arifin & Vikaliana, 2024). Kinerja perusahaan akan dipengaruhi oleh kinerja supplier, sehingga bisnis harus memperhatikan dan mengevaluasi dengan cermat pilihan supplier.

Pemilihan supplier merupakan salah satu kegiatan yang strategis apabila supplier tersebut memasok item yang kritis dan digunakan dalam kegiatan jangka panjang. Menurut Marina Uli Hasiani et al., (2021) para *Decision Maker* harus

berpikir objektif dalam memilih *supplier*. Terkadang pengambilan keputusan hanya bersifat intuitif atau subjektif serta berdasarkan pengalaman saja, tidak adanya prosedur atau metode pemilihan yang jelas atau hanya berdasarkan kriteria-kriteria umum saja. Pada saat *supplier* terpilih sering terjadi permasalahan-permasalahan yaitu kualitas, kuantitas dan waktu pengiriman yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan saat pemesanan sehingga membuat pengiriman barang ke customer menjadi terganggu (Marina Uli Hasiani et al., 2021). Apabila *supplier* kurang bertanggung jawab dan respon dalam memenuhi pemesanan maka akan menimbulkan masalah yaitu terjadinya stockout dan lamanya *lead time*.

CV. Unicorn Kencana Indopetra merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di distribusi penjualan marmer. Dalam menjalankan proses bisnisnya saat menerima barang dari *supplier*, berdasarkan pra-riset yang telah dilakukan oleh penulis CV. Unicorn Kencana Indopetra dalam melakukan pemilihan *supplier* dengan menggunakan data historis dan menyesuaikan sesuai dengan permintaan konsumen. Pemilihan *supplier* tidak menggunakan metode khusus sehingga adakalanya ditemui kendala atau masalah yang muncul seperti barang yang diterima cacat, retak, sampai pecah. Sehingga mengakibatkan kerugian yang cukup banyak dikarenakan barang yang dibeli tidak sesuai dengan perkiraan harga yang akan dijual disebabkan karena adanya cacat pada saat pengiriman atau tidak di packing dengan aman dari benturan. CV. Unicorn Kencana Indopetra sering mendapatkan barang yang tidak sesuai dengan perjanjian yang telah tertera pada saat pemesanan yaitu barang-barang yang pembeliannya berasal dari Cina dan Italia. Maka dari itu pada penelitian ini penulis memilih kedua *supplier* tersebut.

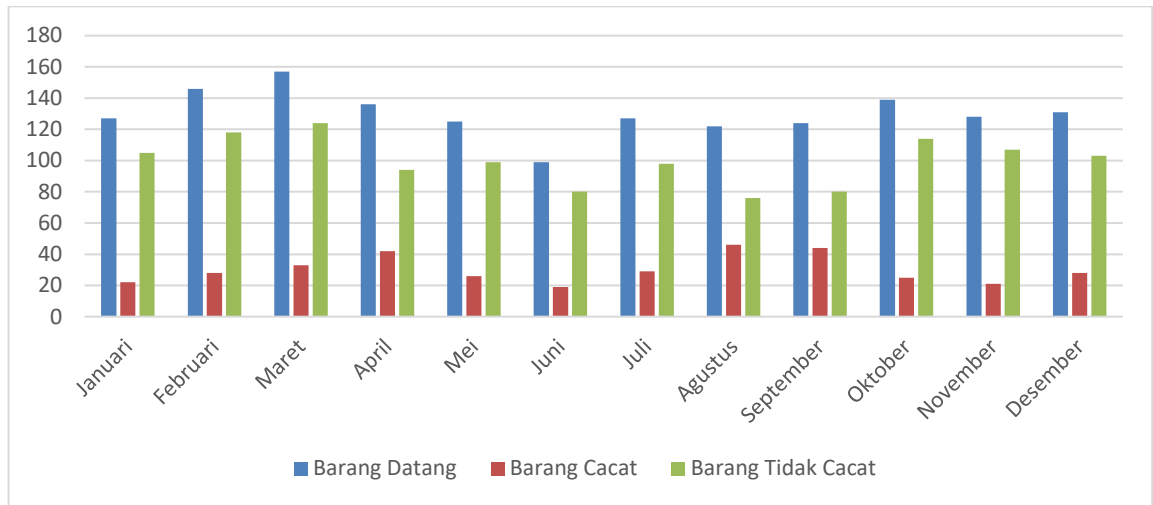
Tabel 1.1 Grafik Pembelian Barang dari *Supplier* Italia 1



Sumber : Data pembelian CV. Unicorn Kencana (2023)

Kondisi pembelian dari *supplier* Italia 1 yang masih tidak stabil dalam pengiriman barang yang dapat dilihat barang cacat yang diterima masih naik turun setiap bulannya.

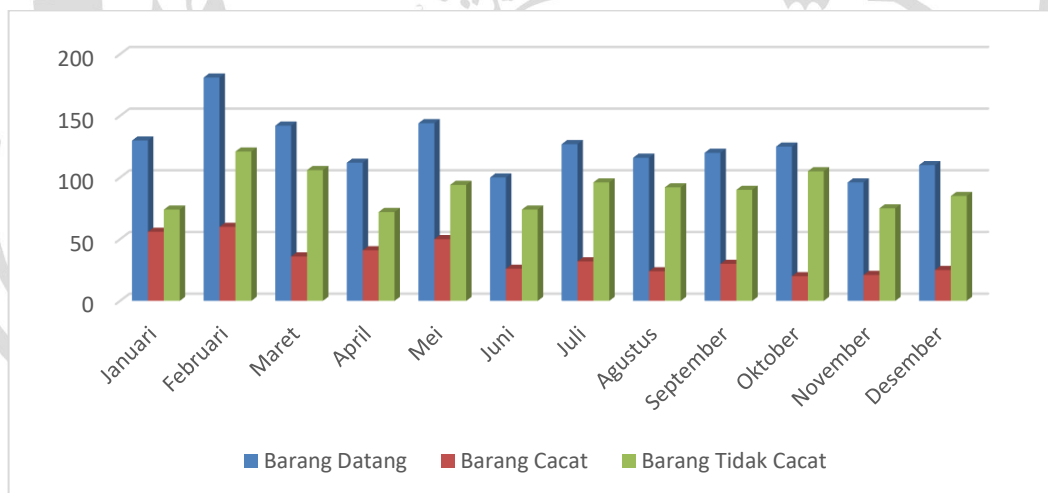
Tabel 1.2 Grafik Pembelian Barang dari Supplier Italia 2



Sumber : Data pembelian CV. Unicorn Kencana (2023)

Kondisi pembelian dari *supplier* Italia 2 yang masih tidak stabil dalam pengiriman barang yang dapat dilihat barang cacat yang diterima masih naik turun setiap bulannya.

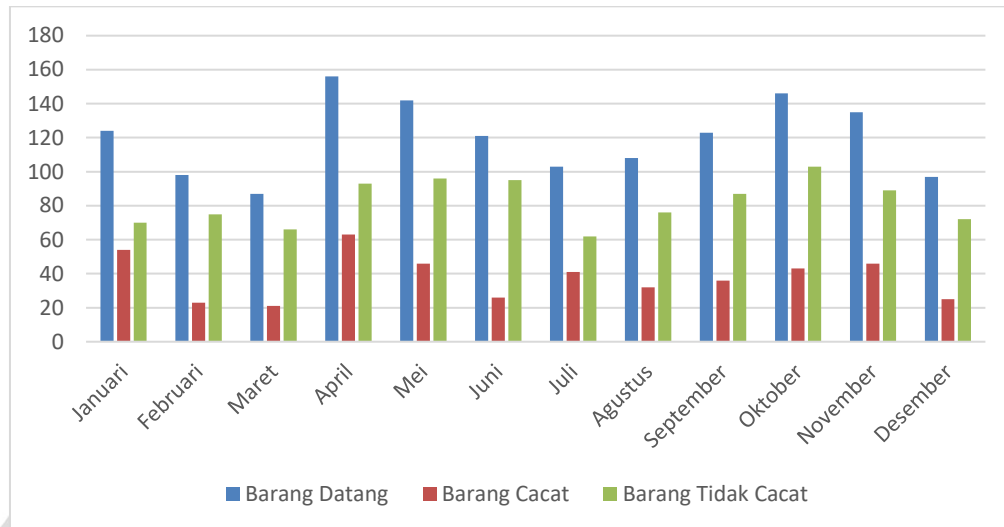
Tabel 1 3 Grafik Pembelian Barang dari Supplier Cina 1



Sumber : Data pembelian CV. Unicorn Kencana (2023)

Kondisi pembelian dari *supplier* Cina 1 yang masih cukup stabil dalam pengiriman barang yang dapat dilihat barang cacat yang diterima turun setiap bulannya.

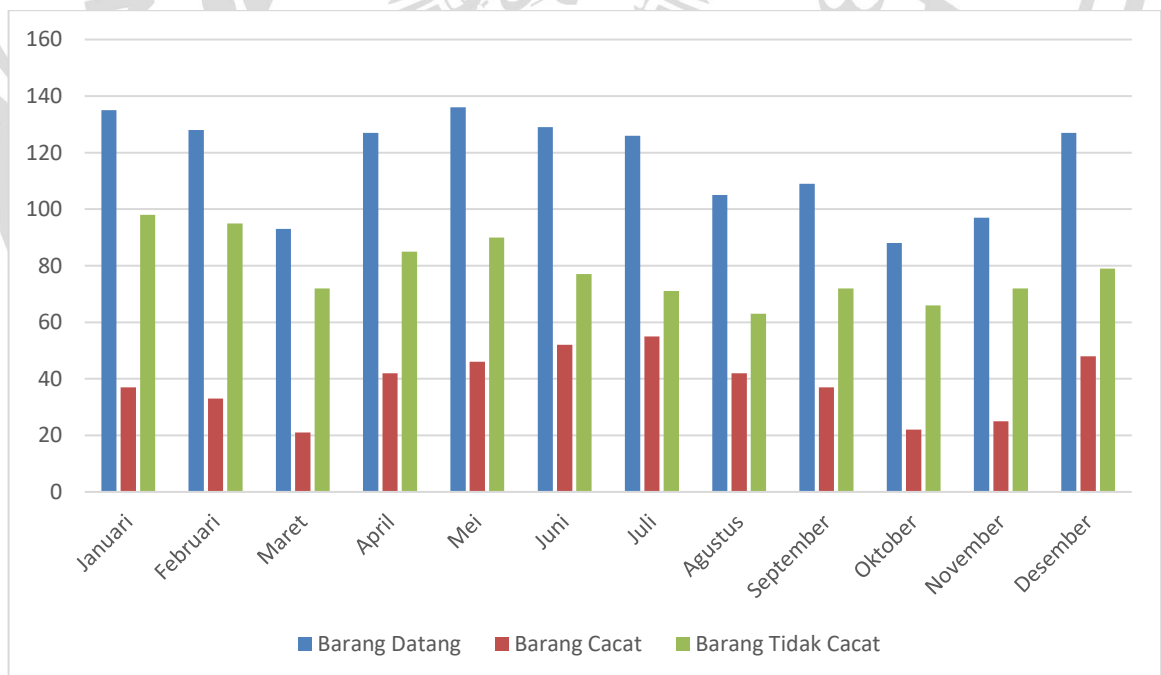
Tabel 1.4 Grafik Pembelian Barang dari Supplier Cina 2



Sumber : Data pembelian CV. Unicorn Kencana (2023)

Kondisi pembelian dari *supplier* Cina 2 yang masih tidak stabil dalam pengiriman barang yang dapat dilihat barang cacat yang diterima masih naik turun setiap bulannya.

Tabel 1.5 Grafik Pembelian Barang dari Supplier Cina 3



Sumber : Data pembelian CV. Unicorn Kencana (2023)

Kondisi pembelian dari *supplier* Cina 3 yang tidak stabil dalam pengiriman barang yang dapat dilihat barang cacat yang diterima setiap bulannya makin sedikit jika dibandingkan dengan bulan sebelumnya.

Berdasarkan dari hasil tersebut CV. Unicorn Kencana Indopetra masih belum maksimal untuk melakukan pemilihan *supplier* sesuai dengan kebutuhannya, sehingga perlu dilakukannya dengan metode khusus agar *supplier* lebih memperhatikan jasa pengirimannya yang aman agar dapat meminimalisir biaya kerugian akibat kecacatan dalam pengiriman.

Metode *Analytic Hierarchy Proses* (AHP) merupakan sebuah hierarki fungsional dengan input utamanya adalah persepsi dari manusia. Keberadaan hierarki dapat memecahkan masalah kompleks atau tidak terstruktur dalam sub-sub masalah, lalu menyusunnya menjadi suatu bentuk hierarki masalah. AHP memiliki keunggulan dalam menjelaskan proses pengambilan keputusan. Salah satunya adalah dapat digambarkan secara grafis sehingga mudah dipahami oleh pihak yang terlibat dalam pengambilan keputusan. Sehingga dengan menggunakan metode ini diharapkan dapat memaksimalkan pemilihan *supplier*. Menggunakan *Analytic Hierarchy Proses* dapat menentukan keputusan dengan menggunakan banyak kriteria yang akan dinilai. Menurut Supriadi et al., (2018) AHP merupakan suatu model pendukung keputusan dikembangkan oleh Thomas L. Saaty. Model pendukung keputusan ini akan menguraikan masalah multi factor atau multi kriteria yang kompleks menjadi suatu hirarki. Menurut (Abdullah et al., 2022) Pada hakikatnya AHP memperhitungkan hal-hal yang bersifat kualitatif dan kuantitatif. Konsepnya yaitu merubah nilai-nilai kualitatif menjadi nilai kuantitatif, sehingga keputusan yang diambil dapat lebih objektif. Menurut Arifin & Vikaliana, (2024)

mengatakan bahwasannya penggunaan metode AHP lebih memberikan hasil yang menguntungkan dibandingkan jika tidak menggunakan metode AHP dikarenakan dapat memilih *supplier* sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan oleh perusahaan. Menurut Rivaldi et al., (2023) mengatakan pula bahwasannya penggunaan metode AHP dalam proses pengadaan bahan baku dapat mempermudah memilih pemasok dan meminimalisir ketidakcocokan antara perusahaan dan *supplier*. Menurut Marina Uli Hasiani et al., (2021) Metode AHP dapat digunakan sebagai metode pengambilan keputusan karena dapat berguna membantu pengambil keputusan untuk mendapat keputusan terbaik dengan membandingkan faktor-faktor yang berupa kriteria

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut mendorong peneliti untuk melakukan penelitian yang lebih detail dengan mengambil judul yaitu “**Analisis Pemilihan *Supplier* Marmer Dan Granit Menggunakan Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) Pada CV. Unicorn Kencana Indopetra**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana metode pemilihan *supplier* marmer dan granit pada CV. Unicorn Kencana Indopetra?
2. Bagaimana metode *analytical hierarchy proces* mampu memberikan masukan dalam pemilihan *supplier* di CV. Unicorn Kencana Indopetra?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan metode pemilihan *supplier* marmer dan granit pada CV. Unicorn Kencana Indopetra
2. Untuk mengetahui apakah metode *Analytical Hierarchy Proses* (AHP) mampu memberikan masukan dalam melakukan pemilihan *supplier* di CV. Unicorn Kencana Indopetra

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka manfaat dari penelitian ini adalah

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam memberikan manfaat terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ilmu manajemen dalam menerapkan pemilihan *supplier* menggunakan metode *Analytical Hierarchy Proses*.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian dapat bermanfaat bagi CV. Unicorn Kencana Indopetra dalam melakukan *supplier* menggunakan metode *Analytical Hierarchy Proses*.

1.5 Kesenjangan Fenomena

Kondisi mengenai pemilihan *Supplier* yang terjadi pada CV. Unicorn Kencana Indopetra yang belum optimal, yang mana banyak barang yang telah dikirimkan dari perusahaan Cina dan Italia banyak yang tidak sesuai dengan kesepakatan dimana barang yang dikirim mengalami pecah, retak yang mengakibatkan kurangnya harga jual dari marmer. CV. Unicorn Kencana Indopetra mendapatkan barang yang cacat sebanyak 421 barang dengan jumlah pengiriman total 1503 sedangkan dari *supplier Italia* barang cacat sebanyak 413 barang dari

total 2008 barang yang dikirimkan Sehingga dalam memilih *supplier* masih belum terlalu optimal. CV. Unicorn Kencana Indopetra belum memiliki metode yang mendukung untuk memilih *supplier*. Maka dari itu CV. Unicorn Kencana Indopetra belum dapat memaksimalkan barang yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.

